

**PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, ORIENTASI
PEMBELAJARAN DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA
(Studi Pada Usaha Kecil Pengolahan Pangan Di Kota Palembang)**

Jusmawi Bustan¹

Abstract

This study aims to determine the effect of the characteristics of entrepreneurs, learning orientation and entrepreneurial orientation on business success. The study population is small entrepreneurs in the food processing sector in Palembang consist of 19.457 businesses. By using a precision level of 10%, the sample size is 100 people. The sampling technique used in this research is purposive sampling. Data were analyzed using multiple regression approach with SPSS 19. The results showed that the characteristics of entrepreneurs, learning orientation, entrepreneurial orientation have significant effect on business success. There is no linear relationship between the characteristics of the entrepreneurial and business success. There is a linear relationship between learning orientation and business success. There is a linear relationship between entrepreneurial orientation and business success. Results of research can be developed into a strategy for small entrepreneurs in the food processing in Palembang to increase the success of efforts undertaken.

Keywords: *enterpreneur characteristic, learning orientation, entrepreneur orientation*

PENDAHULUAN

Secara umum keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) di negara-negara berkembang dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian suatu negara. Keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) terbukti telah mampu menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran yang ada. Usaha kecil dan menengah (UKM) ini memiliki beberapa keterbatasan namun pada kenyataannya mereka mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Bahkan pada saat kondisi perekonomian memburuk dan banyak perusahaan besar yang terancam bangkrut, usaha kecil dan menengah (UKM) ini tetap mampu untuk bertahan hidup. Kenyataan ini menunjukkan kekuatan dari usaha kecil dan menengah (UKM) sebenarnya. Kekuatan usaha kecil dan menengah (UKM) ini muncul karena mereka telah mulai menerapkan visi kewirausahaannya (*entrepreneurial visions*) sehingga mereka mampu membawa perusahaannya tumbuh dan berkembang serta memperoleh profitabilitas yang meningkat.

Saat ini keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM) dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan masih sangat tergantung dari kemampuan wirausaha dari pemiliknya. Hanya para pemilik (*owner*) yang mempunyai orientasi kewirausahaan kuat yang mampu membawa peningkatan bagi perusahaan. Ketidakmampuan pemilik untuk memelihara kekuatannya dalam menghadapi tantangan yang ada justru akan berpengaruh pada turunnya kinerja dan kegagalan perusahaan (Hill dan McGowan,

¹ Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Jl.Srijaya Negara Bukit Besar Palembang, 30139 | e-mail: jusmawibustan@yahoo.com

1999:167). Oleh karena itu, dalam menghadapi era globalisasi nantinya, ketergantungan perusahaan akan orientasi kewirausahaan para pemiliknya harus disertai dengan kemampuan perusahaan untuk merumuskan strateginya dan mengimplementasikan strategi tersebut dengan baik. Strategi dapat dipandang sebagai respon perusahaan, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang, dalam menghadapi tantangan dan peluang akibat perubahan lingkungan yang terjadi.

Perusahaan menerapkan strateginya dalam rangka untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan baru dan juga untuk mengantisipasi perubahan yang terjadi. Tanpa dukungan strategi yang tepat, perusahaan akan sulit untuk bertahan di tengah persaingan (Knight, 2000:13). Berawal dari sinilah, muncul tuntutan perusahaan agar mampu merumuskan strategi pemasaran dengan baik. Perusahaan perlu untuk membuat strategi-strategi pemasaran yang kreatif dan selaras dengan perubahan kondisi lingkungannya. Persaingan yang terjadi sekarang ini sangat berbeda dari persaingan pada masa lalu sehingga program-program pemasarannya pun perlu disesuaikan. Kreativitas dalam pembuatan program pemasaran menjadi kunci kesuksesan perusahaan dalam era globalisasi. Dapat dikatakan bahwa keberhasilan perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya tergantung dari orientasi kewirausahaan dan kemampuannya dalam menyusun program-program pemasaran yang kreatif.

Usaha kecil dan menengah (UKM) yang hanya mengandalkan jiwa kewirausahaan dari pemiliknya saja tanpa disertai dengan kemampuan untuk membuat program pemasaran yang kreatif akan sulit untuk berkembang karena mereka hanya memiliki visi namun tidak disertai dengan strategi yang mendukungnya. Begitu pula sebaliknya, kemampuan dalam pembuatan program pemasaran yang kreatif akan sulit dilakukan jika tidak disertai oleh kemampuan untuk melihat apa tantangan yang sebenarnya sedang dihadapi. Morris dan Lewis (1995:33) menjelaskan akan pentingnya orientasi wirausaha dan keberadaan program pemasaran sebagai satu kesatuan yang menunjang kesuksesan perusahaan terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM). Pemasaran berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan konsep produk, harga, promosi, dan distribusi baik barang maupun jasa sedangkan orientasi wirausaha dipandang sebagai sebuah seni dalam melihat tantangan dan peluang yang sedang dihadapi. Orientasi wirausaha berkaitan dengan jiwa atau karakteristik personal dari pemilik perusahaan dan mewarnai perusahaan tersebut. Ketiga hal tersebut yaitu orientasi wirausaha, program pemasaran, dan lingkungan tampaknya sudah menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan.

Riyanti (2003:7) mengutip hasil penelitian Cunningham (dalam Meng & Liang, 1996) terhadap 178 wirausahawan di Singapura menunjukkan bahwa keberhasilan berkaitan dengan sifat-sifat kepribadian (49%), seperti keinginan untuk melakukan pekerjaan dengan baik, keinginan untuk berhasil, motivasi diri, percaya diri dan berfikir positif, komitmen dan sabar. Sejumlah peneliti juga mendukung penemuan di atas, seperti sifat kreatif dan rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkannya secara produktif, energi yang melimpah dan asertif, proaktif, berorientasi prestasi dan komitmen dengan pihak lain. Semua faktor yang disebutkan di atas akan menentukan keberhasilan seorang wirausahawan hanya jika seorang wirausahawan tersebut memiliki kekuatan dalam mengelola organisasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Karakteristik Wirausaha

Wirausaha adalah orang yang mampu menciptakan bisnis baru dan orang yang biasanya langsung berhadapan dengan risiko mampu mengidentifikasi dalam mencapai keberhasilan. Wirausaha mampu mengidentifikasi berbagai kesempatan dan mencurahkan seluruh sumber daya yang dimiliki untuk mengubah kesempatan itu menjadi suatu yang menguntungkan. Wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang sudah ada dengan memperkenalkan barang atau jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengelola bahan bakubar. Orang tersebut melakukan kegiatan melalui organisasi bisnis yang baru ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada. Suatu usaha baru atau melanjutkan usaha yang sudah ada merupakan sebuah keputusan seseorang yang akan memulai karir sebagai seorang wirausaha.

Terdapat 6 karakteristik pokok dari wirausahawan (Swa, 16 Januari 2007), yaitu: (a) kreatif dan inovatif; (b) mampu mengaplikasikan kreativitasnya; (c) memiliki semangat berkarya; (d) fokus untuk menghasilkan nilai; (e) bersedia mengambil risiko; dan (f) berbeda dari persepsi atau stereotip wirausaha sebagai figur pemberani dan hanya bekerja sendiri, mereka sangat kolaboratif. Seorang wirausahawan dicirikan dengan karakteristik mempunyai hasrat untuk selalu bertanggung jawab bisnis dan sosial, komitmen terhadap tugas, memilih resiko yang moderat, merahasiakan kemampuan untuk sukses, cepat melihat peluang, orientasi ke masa depan, selalu melihat kembali prestasi masa lalu, sikap haus terhadap “*money*”, skill dalam organisasi, toleransi terhadap ambisi, fleksibilitas tinggi.

Steinhoff dan Burgess (1993) menyebutkan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki beberapa karakteristik berikut ini agar berhasil, yaitu: (a) memiliki rasa percaya diri untuk bekerja secara independent, kerja keras, dan memahami risiko sebagai bagian dari upaya meraih sukses; (b) memiliki kemampuan organisasi, dapat menentukan tujuan, berorientasi hasil, dan memiliki tanggung jawab terhadap hasilnya, baik maupun buruk; (c) kreatif dan selalu mencari celah-celah untuk kreatifitasnya; (d) menyukai tantangan dan mendapatkan kepuasan pribadi ketika berhasil mencapai idenya.

Orientasi Pembelajaran

Orientasi pembelajaran merupakan filosofi yang dianut oleh perusahaan yang menekankan pembelajaran dalam organisasi. Orientasi pembelajaran akan berkembang baik di dalam suatu organisasi yang melakukan pembelajaran. Di dalam organisasi yang berorientasi pembelajaran akan terjadi proses pengembangan kemampuan yang dilakukan secara terus-menerus guna menciptakan masa depan yang lebih baik (Schein, 1996). Perusahaan yang berorientasi pembelajaran memiliki seperangkat nilai yang mempengaruhi keinginannya untuk menciptakan dan menggunakan pengetahuan (Sinkula et al., 1997). Ada tiga nilai penting yang membentuk orientasi pembelajaran, yaitu komitmen untuk pembelajaran, terbuka terhadap pemikiran baru dan kebersamaan visi yang dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Komitmen untuk pembelajaran nilai-nilai fundamental yang dianut dalam pembelajaran melalui organisasi akan mempengaruhi apakah organisasi mempertahankan budaya belajar atau tidak. Komitmen terwujud apabila ada dukungan yang kuat dari semua anggota organisasi termasuk pihak manajemen, (2) Terbuka terhadap pemikiran baru. Organisasi yang berorientasi pembelajaran terbuka untuk mendapatkan pengetahuan baru, selalu mempertanyakan

apa yang dipelajari dan diketahui serta mau belajar dari pengalaman masa lalu, (3) Visi bersama. Berbeda dengan komitmen terhadap pemikiran baru yang mempengaruhi pada intensitas belajar, visi bersama memiliki peran penting dalam belajar proaktif.

Menurut Argyris (dalam Slater dan Narver, 1995), terdapat dua tipe organisasi pembelajaran, yaitu adaptif dan pembelajaran generatif. Kedua tipe pembelajaran tersebut dapat berlangsung bersama-sama dalam perusahaan yang berorientasi pembelajaran. Di dalam organisasi yang berorientasi pembelajaran akan terjadi proses pengembangan kemampuan yang dilakukan secara terus-menerus guna menciptakan masa depan yang lebih baik (Schein, 1996). Pembelajaran merupakan perubahan yang permanen pada pengetahuan individu yang didapatkan dari hasil berbagai latihan maupun pengalaman (George & Jones, 2002). Ada tiga poin yang dapat dijabarkan dari definisi tersebut: dengan pembelajaran akan datang perubahan. Pengetahuan yang diperoleh individu merupakan hasil dari suatu proses pembelajaran yang memerlukan waktu tertentu. Hasil pengetahuan yang diperoleh tersebut akan bermanfaat untuk melakukan perubahan. 2. Pengetahuan yang didapat dari pembelajaran akan terus diingat dan diimplementasikan dalam waktu yang lama (*long lasting*). 3. Proses pembelajaran memerlukan waktu untuk mendapatkan berbagai pelatihan, pengalaman serta melihat perilaku individu yang lainnya.

Pembelajaran itu sendiri berintikan suatu pengetahuan baru yang dapat mempengaruhi perilaku. Gregory (2004), mendefinisikan pembelajaran sebagai *the generation of new insight that can potentially change behaviour*. Sedangkan Lee and Tsai (2005) melihat orientasi pembelajaran sebagai suatu mekanisme yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk menentang nilai-nilai lama terhadap pembelajaran dan memfasilitasi teknik dan metodologi baru. Definisi ini secara tidak langsung menjurus pada revolusi pemikiran organisasi. Sintesis dari berbagai pendapat di atas, Orientasi Pembelajaran adalah kemampuan perusahaan mentransformasikan informasi pasar yang diperoleh ke seluruh anggota organisasi sehingga seluruh anggota organisasi memiliki pemahaman yang sama atas kebutuhan konsumen.

Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi-dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif (Weerawerdeena, 2003). Menurut Sigauw et al., (1998), kompetensi kewirausahaan dibutuhkan di dalam implementasi strategi pemasaran agar diperoleh keunggulan bersaing yang mantap melalui nilai responsifitas atas kebutuhan pelanggan. Sedangkan jiwa kewirausahaan sendiri meliputi 5 hal, yakni: otonomi, keinovatifan, pengambilan risiko, proaktivitas, dan agresifitas kompetitif. Menurut Kotler (2001), pemasaran entrepreneurial merupakan sebuah konsep yang terpadu di era penuh perubahan seperti sekarang ini. Pemasaran entrepreneurial sendiri didefinisikan oleh Morris dan Lewis (2002) sebagai sebuah aktifitas mengidentifikasi secara proaktif upaya mencapai dan mempertahankan pelanggan yang memberikan keuntungan melalui pendekatan yang inovatif terhadap manajemen risiko, efektifitas sumber daya, dan pengembangan nilai.

Kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Hal ini, tentu harus direspon secara positif oleh perusahaan yang mulai mencoba bangkit dari keterpurukan ekonomi akibat krisis yang berkepanjangan.

Kewirausahaan disebut sebagai pelopor untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Membangun kewirausahaan dinyatakan sebagai satu dari empat pilar dalam memperkuat lapangan pekerjaan. Sedangkan wirausaha sendiri berarti suatu kegiatan manusia dengan mengerahkan tenaga pikiran atau badan untuk menciptakan atau mencapai suatu pekerjaan yang dapat mewujudkan insan mulia. Wirausaha berarti manusia utama (unggul) dalam menghasilkan suatu pekerjaan bagi dirinya sendiri atau orang lain. Orang yang melakukan wirausaha dinamakan wirausahawan. Bentuk dari aplikasi atas sikap-sikap kewirausahaan dapat diindikasikan dengan orientasi kewirausahaan dengan indikasi kemampuan inovasi, proaktif, dan kemampuan mengambil risiko. Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik. Kemampuan berinovasi adalah titik penting kewirausahaan dan esensi dari karakteristik kewirausahaan. Beberapa hasil penelitian dan literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan lebih signifikan mempunyai kemampuan inovasi daripada yang tidak memiliki kemampuan dalam kewirausahaan (Koh, 1997).

Proaktifitas untuk berusaha berprestasi merupakan petunjuk lain dari aplikasi atas orientasi kewirausahaan secara pribadi. Demikian pula bila suatu perusahaan menekankan proaktifitas dalam kegiatan bisnisnya, maka perusahaan tersebut telah melakukan aktivitas kewirausahaan yang akan secara otomatis mendorong tingginya kinerja (Weerawardena, 2003). Perusahaan dengan aktivitas kewirausahaan yang tinggi berarti tampak dari tingginya semangat yang tidak pernah padam karena hambatan, rintangan, dan tantangan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya. Seseorang berani mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan. Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal.

Keberhasilan Usaha

Usaha kecil diwarnai oleh karakteristik lemahnya kemampuan para pelaku usaha kecil dalam melakukan *scanning* atas lingkungan internal dan eksternal, kelemahan dalam perumusan strategi dan seringkali keputusan yang diambil berdasarkan intuisi dari pemilik usaha. Tambunan (dalam Sugidarma, 2004) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha kecil dapat diukur oleh dengan indikator ketahanan usaha, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan. Ketahanan usaha menunjukkan berapa lama suatu usaha bisa bertahan (*survival*) sebagai salah satu faktor ukuran kesuksesan usaha kecil. Ketahanan usaha diukur dengan indikator usia usaha sejak tahun berdiri hingga tahun saat ini. Kegagalan dan kesuksesan usaha kecil telah menarik beberapa peneliti untuk melakukan riset dengan mengaitkan kesuksesan usaha kecil dengan tipe strategi yang diterapkan. Penelitian Sugidarma (2004) membuktikan perbedaan kesuksesan pada usaha-usaha kecil yang dikelompokkan berdasarkan tipologi strategi Miles dan Snow yang diterapkan oleh usaha kecil tersebut. Kesuksesan usaha kecil diukur dengan indikator ketahanan usaha, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan. Delery dan Doty (dalam Priyono, 2003) menggunakan metode *perceptual* untuk mengukur kinerja usaha dengan indikator tingkat rata-rata *profit margin*, tingkat rata-rata pertumbuhan penjualan, *market share* perusahaan, dan tingkat rata-rata *ROA (Return On Asset)*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian eksplanatori dengan menggunakan pendekatan metode survei artinya dalam kegiatan penelitian ini, peneliti mencoba menentukan hubungan antar variabel penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari sampel yang ditentukan dalam suatu populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan karakteristik tertentu. Populasi penelitian ini adalah pengusaha kecil sektor pengolahan pangan di Kota Palembang sebanyak 19.457 usaha (BPS Kota Palembang, 2014). Berdasarkan jumlah populasi diatas maka akan ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden penelitian. Jumlah sampel secara menyeluruh ditetapkan berdasarkan rumus Slovin (Umar, 2001) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian (*presisi*) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Dengan menggunakan tingkat presisi 10% maka ukuran sampel penelitian ini adalah:

$$n = \frac{19.457}{1 + 19.457(0,1)^2} = 99,5 \text{ orang dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah karakteristik wirausaha (X_1), orientasi pembelajaran (X_2) dan orientasi kewirausahaan (X_3) sedangkan variabel terikat adalah keberhasilan usaha (Y). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Wirausaha (X_1)

Karakteristik wirausaha didefinisikan sebagai sikap dan perilaku yang dimiliki oleh wirausaha untuk mencapai keberhasilan usaha. Variabel karakteristik wirausaha akan diukur berdasarkan duabelas indikator, yaitu: komitmen dan tekad yang bulat; memiliki tanggung jawab; ambisi untuk selalu mencari peluang; tahan terhadap resiko dan ketidakpastian; percaya diri; berdaya cipta dan luwes; memerlukan umpan balik yang segera; memiliki energi yang tinggi; memiliki dorongan untuk selalu unggul; berorientasi pada masa yang akan datang; selalu belajar dari pengalaman; kemampuan dalam kepemimpinan.

2. Orientasi Pembelajaran (X_2)

Orientasi pembelajaran adalah kemampuan perusahaan mentransformasikan informasi pasar yang diperoleh ke seluruh anggota organisasi sehingga seluruh anggota organisasi memiliki pemahaman yang sama atas kebutuhan konsumen. Ada tiga indikator untuk mengukur orientasi pembelajaran dalam penelitian ini yaitu: komitmen untuk belajar, visi bersama dan berbagai pandangan.

3. Orientasi Kewirausahaan (X_3)

Orientasi wirausaha adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Ada lima indikator untuk mengukur orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini yaitu: mengambil risiko, flexibel, proaktif, pengalaman berusaha, konsekuensi perilaku inovasi.

4. Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel keberhasilan usaha akan diukur berdasarkan empat indikator, yaitu: pelipatan modal, produksi, pelanggan, dan lokasi berusaha.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 19.00 *for Windows*. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan pendekatan regresi berganda dengan bantuan program SPSS 19.00. Hasil analisis berupa statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi dan uji hipotesis. Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kualitas item-item pertanyaan dari kuesioner yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Hasil uji validitas dan reliabilitas dari item pertanyaan tersebut akan menentukan kualitas instrumen penelitian, sehingga uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian (kuesioner) sangat penting untuk dilakukan. Uji validitas adalah sejauh mana suatu uji dapat mengukur apa yang sebenarnya ingin kita ukur (Cooper dan Emory, 1996). Jadi tujuan dari uji validitas ini untuk memastikan mengenai seberapa baik suatu item instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Masrun (dalam Solimun, 2002) menyatakan bahwa bilamana koefisien korelasi antara skor suatu indikator dengan skor total seluruh indikator lebih besar dari 0,3 ($r > 0,3$), maka instrumen tersebut dianggap valid.

Uji reliabilitas merupakan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (Kuncoro, 2003). Suatu kuesioner sebagai alat ukur dikatakan konsisten bila dalam mengukur sesuatu secara berulang kali memberikan hasil yang sama dengan catatan bahwa kondisi saat pengukuran tidak berubah. Jadi konsistensi disini berarti bagaimana item pertanyaan tersebut apabila dilakukan pengukuran lebih dari sekali untuk suatu kejadian dengan alat ukur yang sama maka hasilnya akan relatif sama. Konsistensi jawaban ditunjukkan dengan seberapa tingginya koefisien Alpha (*Cronbach*). Nilai Alpha antara 0,8 sampai 1,0 dikategorikan reliabilitas baik, nilai alpha antara 0,60 sampai 0,79 dikategorikan reliabilitas diterima, dan nilai alpha kurang dari 0,60 dikategorikan kurang baik (Sekaran, 1992). Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan regresi linier berganda. Adapun model persamaan analisis regresi penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan model persamaan sebagai berikut :

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan :

α = koefisien konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = Karakteristik Wirausaha

X_2 = Orientasi Pembelajaran

X_3 = Orientasi Kewirausahaan

Y = Keberhasilan Usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, lama usaha, jenis usaha dijelaskan dalam table 1 berikut ini.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah (n = 100)	%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	45	45
Perempuan	55	55
Usia		
18 – 25 tahun	36	36
26 – 33 tahun	22	22
> 33 tahun	42	42
Lama Usaha		
< 2 tahun	48	48
2 – 5 tahun	24	24
> 5 tahun	28	28
Jenis Usaha		
Minuman	24	24
Makanan Tradisional	48	48
Makanan Modern	28	28

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan bahwa dari aspek jenis kelamin responden perempuan merupakan responden terbanyak sejumlah 55 orang atau 55%, sedangkan responden laki-laki sejumlah 45 orang atau sebesar 45%. Komposisi responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa responden berusia 18 – 25 tahun sejumlah 36 orang atau 36%, responden berusia 26 – 33 tahun sejumlah 22 orang atau 22%, dan responden yang berusia > 33 tahun sebanyak 42 orang atau 42%. Komposisi responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat bahwa responden yang mempunyai usaha < 2 tahun sejumlah 48 orang atau 48%, lama usaha 2-5 tahun sejumlah 24 orang atau 24%, dan lama usaha > 5 tahun sejumlah 28 orang atau 28%. Komposisi responden berdasarkan jenis dapat dilihat bahwa responden yang mempunyai jenis usaha minuman sejumlah 24 orang atau 24%, jenis usaha makanan tradisional sejumlah 48 orang atau 48%, dan jenis usaha makanan modern sejumlah 28 orang atau 28%.

Berdasarkan tabel 2, yaitu Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *correlation product moment*, dimana r_{tabel} adalah 0,1966. Dapat dilihat bahwa hasil perhitungan r_{hitung} karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan dan keberhasilan usaha mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , ini berarti bahwa data pada karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan dan keberhasilan usaha valid dan handal.

Tabel 2.
 Hasil Uji Validitas Karakteristik Wirausaha, Orientasi Pembelajaran, Orientasi Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.5339	0,1966	Valid
X1.2	0.4225	0,1966	Valid
X1.3	0.2216	0,1966	Valid
X1.4	0.2059	0,1966	Valid
X1.5	0.3819	0,1966	Valid
X1.6	0.5252	0,1966	Valid
X2.1	0.6050	0,1966	Valid
X2.2	0.5101	0,1966	Valid
X2.3	0.5092	0,1966	Valid
X2.4	0.5543	0,1966	Valid
X2.5	0.7699	0,1966	Valid
X3.1	0.4158	0,1966	Valid
X3.2	0.7387	0,1966	Valid
X3.3	0.6042	0,1966	Valid
X3.4	0.4882	0,1966	Valid
X3.5	0.5215	0,1966	Valid
Y1	0.7024	0,1966	Valid
Y2	0.5191	0,1966	Valid
Y3	0.5614	0,1966	Valid
Y4	0.5406	0,1966	Valid
Y5	0.5981	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah, 2015

Tabel 3.
 Hasil Uji Reliabilitas Karakteristik Wirausaha, Orientasi Pembelajaran, Orientasi Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha

Variabel	Jumlah Item	Alpha	Keterangan
Karakteristik Wirausaha	6	0.6988	Reliabel
Orientasi Pembelajaran	5	0.7944	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan	5	0.7610	Reliabel
Keberhasilan Usaha	5	0.7905	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2015

Hasil analisis data menunjukkan bahwa r_{hitung} dari semua variabel adalah positif dan lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen adalah reliabel (handal).

Untuk melihat pengaruh karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan secara simultan terhadap keberhasilan usaha dengan melihat hasil perhitungan dalam *model summary* di bawah ini:

Tabel 4.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of Estimate
1	.632	.399	.380	2.614

Sumber: Data diolah, 2015

Besarnya angka R square (r^2) adalah 0,380, dimana angka tersebut mempunyai makna bahwa pengaruh karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan secara simultan terhadap keberhasilan usaha sebesar 38%, sedangkan sisanya sebesar 62% (100% - 38%) dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk mengetahui apakah model regresi diatas sudah benar atau salah, maka dibutuhkan uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan angka F sebagai mana tertera dalam tabel berikut.

Tabel 5.
Hasil ANOVA (F-Test)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	234.217	3	78.072	21.260	0.000 ^a
Residual	352.533	96	3.672		
Total	586.750	99			

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka F_{hitung} sebesar 21,260 > F_{tabel} sebesar 3.2524 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa model regresi diatas sudah layak dan benar.

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan secara parsial terhadap keberhasilan usaha, digunakan Uji t seperti di bawah ini.

Tabel 6.
Analisis Regresi

Variabel Independen	Coefficient	Std.Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	8.915	2.463		3.621	.000
Karakteristik Wirausaha	-.120	.119	-.135	-1.014	.313
Orientasi Pembelajaran	.547	.121	.527	4.514	.000
Kewirausahaan	.287	.090	.325	3.190	.002

Sumber: Data diolah, 2015

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $-0.1014 < t_{tabel}$ sebesar 1,9845 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, tidak ada hubungan linier antara Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha. Besarnya pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha sebesar -0,120 atau -1,2%. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 4,514 $> t_{tabel}$ sebesar 1,9845 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara orientasi pembelajaran dengan keberhasilan usaha. Besarnya pengaruh orientasi pembelajaran dengan keberhasilan usaha sebesar 0,547 atau 54,7%. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 3.190 $> t_{tabel}$ sebesar 1,9845 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara orientasi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha. Besarnya pengaruh resiko terhadap minat berwirausaha sebesar 0,287 atau 28,7%.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $-0.1014 < t_{tabel}$ sebesar 1,9845 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, tidak ada hubungan linier antara Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha. Besarnya pengaruh Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha sebesar -0,120 atau -1,2% dengan tingkat signifikansi 0,313. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Harefa (2007) yang menyatakan keberhasilan usaha dipengaruhi oleh karakteristik wirausahawan yaitu kecakapan pribadi dan kecakapan sosial. Kecakapan pribadi menyangkut soal bagaimana wirausahawan mengelola diri sendiri. Tiga unsur yang terpenting untuk menilai kecakapan pribadi seorang wirausahawan, yaitu: kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi. Kecakapan social menyangkut soal bagaimana wirausahawan menangani suatu hubungan. Dua unsur kecakapan sosial seseorang adalah empati dan keterampilan sosial.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 4,515 $> t_{tabel}$ sebesar 1,9845 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara orientasi pembelajaran dengan keberhasilan usaha. Besarnya pengaruh orientasi pembelajaran dengan keberhasilan usaha sebesar 0,547 atau 54,7% dengan tingkat signifikansi 0,000. Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Lee and Tsai (2005) dimana hasil penelitiannya adalah melihat orientasi pembelajaran sebagai suatu mekanisme yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk menentang nilai-nilai lama terhadap pembelajaran dan memfasilitasi teknik dan metodologi baru.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 3.190 $> t_{tabel}$ sebesar 1,9845 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara orientasi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha. Besarnya pengaruh resiko terhadap minat berwirausaha sebesar 0,287 atau 28,7% dengan tingkat signifikansi 0,002. Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh (Hadjimanolis, 2000) dimana sikap berwirausaha dan konsekuensi dari perilaku kepada inovasi sangat dipengaruhi oleh latar belakang pimpinannya yang menyangkut pengalaman berusaha pimpinannya. Kemampuan pimpinan akan sangat mempengaruhi sikap perusahaan dalam mempengaruhi sikap perusahaan dalam memperhatikan perusahaan pasar, menjadi responsif terhadap perusahaan, kebutuhan pasar, seringkali memerlukan dirancangnya produk baru untuk menyesuaikan dengan perubahan dan eksploitasi konsumen, sehingga tercipta keunggulan bersaing perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan : Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka F_{hitung} sebesar $21,260 > F_{tabel}$ sebesar sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara karakteristik wirausaha, orientasi pembelajaran, orientasi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $-0,1014 < t_{tabel}$ sebesar $1,9845$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, tidak ada hubungan linier antara Karakteristik Wirausaha dengan Keberhasilan Usaha. Besarnya pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha sebesar $-0,120$ atau $-1,2\%$ dengan tingkat signifikansi $0,313$. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $4,515 > t_{tabel}$ sebesar $1,9845$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara orientasi pembelajaran dengan keberhasilan usaha. Besarnya pengaruh orientasi pembelajaran dengan keberhasilan usaha sebesar $0,547$ atau $54,7\%$ dengan tingkat signifikansi $0,000$. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $3,190 > t_{tabel}$ sebesar $1,9845$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada hubungan linier antara orientasi kewirausahaan dengan keberhasilan usaha. Besarnya pengaruh resiko terhadap minat berwirausaha sebesar $0,287$ atau $28,7\%$ dengan tingkat signifikansi $0,002$. Hasil penelitian diatas dapat dikembangkan menjadi sebuah strategi oleh pegusaha kecil pengolahan pangan di Palembang dapat meningkatkan keberhasilan usaha yang dijalani. Pihak pegusaha kecil pengolahan pangan di Palembang hendaknya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha sehingga mampu dan memiliki daya saing yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Palembang. 2014. *Kota Palembang Dalam Angka*.
- Cooper, Donald, R. & Emory, William. 1996. *Metode Penelitian Bisnis, Jilid 1 & 2*, Jakarta, PT Gelora Aksara Pratama.
- George, J. M. & G. R. Jones. 2002. *Understanding and Managing Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gregory, Anne. 2004. *Public Relations Dalam Praktik*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Hadjimanolis, Athanasios. 2000. An Investigation of Innovation Antecedents in Small Firms in the Context of a Small Developing Country. *R & D Management*, Vol. 30. p: 235-245.
- Harefa, Andrias. 2007, Diakses tanggal 15 Pebruari 2015. "Inovasi-Kewirausahaan: Kecerdasan Emosi Wirausaha". (www.pembelajar.com.)
- Hill, Jimmy & Pauric McGowan. 1999. A Qualitative Approach to Developing Small Firm Marketing Planning Competencies, *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol.2, No.3, p: 167-175.
- Knight, Gary, 2000, "Entrepreneurship and Marketing Strategy: the SME Under Globalization", *Journal of International Marketing*, Vol.8, No.2, p: 12 -32.
- Koh, H. C. 1997. "Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11 No. 3, p: 12-25.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran buku 1 dan 2*, Jakarta, Prenhallindo.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi - Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Lee, Tien-Shang & Tsai, Hsin-Ju. 2005. The Effects Of Business Operation Mode On Market Orientation, Learning Orientation And Innovativeness. *Industrial Management & Data System*. Vol. 105. No.3, p: 325-348.
- Meng, L. A & Liang T. W, 1996. *Entrepreneur, Entrepreneurship and Entreprising Culture*, Paris. Addison-Wisley Company.
- Morris, M., & Lewis, P. 1995. The determinants of entrepreneurial activity. *European Journal of Marketing*, Vol. 29, No. 7, p: 31-48.
- Priyono, Bambang Suko. 2003. "Analisis Pengaruh Kesesuaian Hubungan Strategi, Struktur Dan Sistem Karir Pada Kinerja Perusahaan Manufaktur". *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*. (<http://idjurnal.blogspot.com/2008/04/analisis-pengaruh-kesesuaian-hubungan.html>) diakses 24 juli 2015.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. 2003. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Keberhasilan Usaha Skala Kecil. *Phronesis*. 5/9 : 32-49.
- Schein, E. H. 1996. Three Cultures of Management: The Key to Organizational Learning, *Sloan Management Review*, Fall, p: 9-20.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, Fourth Edition, John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Sigauw, J.A., Simpson, P.M. & Barker, T. L. 1998. The Influence of Market Orientation on Channel Relationship in R Desh pande (Ed) *Developing Market Orientation*, London Thousands Oats.
- Sinkula, J. M., Baker, W.E. & Noordewier, T. 1997. A Framework for Market Based Organizational Learning: Linking Values, Knowledge and Behavior, *Journal of the Academy Marketing Science*, Vol. 25, p: 305-318.

- Slater, Stanley., F. & Jhon. C. Narver., 1995.” Market Orientation and the Learning Orgnization”. *Journal of Marketing*. Vol 59 p: 63-74.
- Solimun, 2010. *Permodelan Persamaan Struktural Equation Modeling Pendekatan PLS dilengkapi pembahasan variabel moderator*. Program Studi Statistika FMIPA, Program Doktor Ilmu Manajemen FE Universitas Brawijaya.
- Steinhoff, Dan. & John F. Burgess. 1993. *Small Business Management Fundamentals*. New York-USA. McGraw-Hill, Inc.
- Sugidarma, I Putu. 2004. *Analisis Tipe Strategi Industri Kecil Dan Menengah Di Kawasan Sarbagita Bali*. Thesis. Malang: Universitas Brawijaya.
- Swa Majalah, Edisi 16 Januari 2007
- Umar, Husein, 2001. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Weerawardena, Jay. 2003. “Exploring The Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy”. *European Journal of Marketing*. Vol.37, p: 407-429.